

Mutu Sensori dan Preferensi Konsumen dari Coklat Lokal Khas Kulon Progo, Jawa Tengah, Indonesia

Selvi Novianti*¹, Sandra Sanggramasari², Made Citra Yuniastuti³,
Tristy Firlyanie Luthfi⁴, P.Jessica J. Josary⁵

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung^{1,2,3,4,5}
Email: sen@stp-bandung.ac.id

Abstract

Sub-district Kalibawang located at Kulon Progo regency, central of Java, Indonesia nowadays has a prime agricultural product which is chocolate, harvested and processed by local farmer alliance called Kelompok Wanita Tani Pawon Gending (WonDis). Several products has been offered into the market such as coklat pegagan (a combination of chocolate and pegagan leaves) and 80% dark chocolate with WonDis as its trademark. However, to enter a competitive market, where other chocolate products have long been known by the public, WonDis chocolate has to innovate that is based on consumer desires. To start innovation they must first have the information about the profiles of their chocolate. Nevertheless, there are not available any researches yet which related to WonDis chocolate profiling. Therefore, this research aim to investigate WonDis chocolate sensory quality and consumer preferences for the chocolate. This study used quantitative approach with quantitative descriptive analysis (QDA) technique. The processed data were taken from observation, literature study, panelist test involving 20 semi-trained panelists, semi-structured interviews with two expert panelists, and hedonic test by 40 consumers. This research samples are WonDis coklat pegagan, WonDis 80% dark chocolate, Monggo 77% dark chocolate and Delicacao 80% dark chocolate. Moreover, results shown that Wondis coklat pegagan had the most significant difference compared to the other three chocolate products in terms of sweet aroma, greasiness, sweetness and tobacco. Meanwhile, 80% dark chocolate WonDis has high consumer preference among others where its bitter taste is more acceptable for the consumers. Therefore, it has potency to be used as basic ingredient in producing WonDis derivative new chocolate products in the future.

Keywords: *chocolate;local;profile;Kulon Progo*

Abstrak

Kecamatan Kalibawang yang berada di Kabupaten Kulon Progo, Jawa Tengah, memiliki produk unggulan berupa coklat khas setempat yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani Pawon Gendis (WonDis). Berbagai produk olahan coklat telah dipasarkan secara umum seperti coklat pegagan, merupakan produk olahan coklat dan daun pegagan, serta *dark chocolate* 80% yang dikenal dengan merek coklat WonDis. Namun, untuk dapat masuk ke dalam persaingan yang kompetitif, diperlukan inovasi yang berlandaskan kepada keinginan konsumen, mengingat banyak sekali produk olahan coklat lainnya baik impor maupun lokal yang telah lama dikenal oleh masyarakat. Seperti coklat Monggo dan coklat Delicacao yang dijadikan sebagai pembanding dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti mutu sensori dari coklat Wondis khas Kulon Progo, lalu mencari preferensi konsumen terhadap coklat tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui teknik analisis *Quantitative Descriptive Analysis* (QDA). Data yang diolah diambil dari observasi, studi literatur, uji panelis dengan melibatkan 20 orang panelis semi terlatih, wawancara semi terstruktur kepada dua orang panelis ahli, serta uji hedonik oleh 40 orang konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa coklat pegagan dari wondis memiliki perbedaan yang paling signifikan dibandingkan dengan ketiga produk coklat lainnya dalam aspek *sweet aroma, greasiness, sweetness dan tobacco*. Sementara itu, *dark chocolate* 80% WonDis memiliki preferensi konsumen yang tinggi karena memiliki kadar rasa pahit yang lebih dapat diterima oleh konsumen sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi olahan produk turunan baru dari coklat tersebut.

Kata Kunci: coklat;lokal;profil;Kulon Progo

* Selvi Novianti

Received: May 07, 2022; Revised: June 10, 2022; Accepted: July 10, 2022

A. PENDAHULUAN

Kulon Progo menjadi semakin dikenal setelah dibangunnya New Yogyakarta International Airport (NYIA) yang diresmikan oleh presiden Jokowi pada tanggal 28 Agustus 2020 (Puspa, 2021). Daerah ini merupakan salah satu kawasan penyangga destinasi super prioritas Candi Borobudur diantara dua kawasan penyangga lainnya yaitu Purworejo dan Magelang atau disingkat dengan istilah Gelangprojo. Dengan topografi wilayah yang bervariasi (0-1.000) mdpl, selain memiliki destinasi wisata yang beragam, juga membuat kulon progo mempunyai kekayaan hasil alam yang bermacam-macam (Harianmerapi.com, 2017). Beberapa kekayaan alam yang sedang dikembangkan saat ini adalah durian menoreh kuning, klengkeng kateki, bunga krisan (Kusmargana, 2019) kopi, coklat dan pegagan (Medcom.id, 2019).

Lebih lanjut lagi, wisata kuliner saat ini sedang dikembangkan di Kulon Progo agar menjadi tujuan wisata baru. Wisata kuliner yang menitikberatkan pada coklat yang ada di Kecamatan Kalibawang Kulon Progo adalah salah satu diantaranya melalui Pawon Gendhis (WonDis), sebuah kelompok wanita tani (KWT) yang membuat inovasi makanan berbahan dasar biji kakao dan daun pegagan sehingga muncul produk olahan berupa coklat sehat. Dikatakan coklat sehat, karena daun pegagan yang terkandung didalamnya memiliki berragam macam manfaat yang baik bagi kesehatan diantaranya adalah sebagai multivitamin otak, penambah daya ingat, meredakan kecemasan dan stress serta berbagai penyakit lainnya (Utomo, 2019). Coklat yang diolah berasal dari perkebunan rakyat yang berada di desa Salakmalang, kecamatan Kalibawang. Coklat yang masih diproduksi dalam skala rumah tangga ini bisa menghabiskan 70 kg bahan baku perharinya, dan bahkan mencapai 150 kg pada hari-hari tertentu (Utomo, 2019).

Tanaman kakao sendiri pada mulanya dibawa oleh pelaut Spanyol ke Sulawesi pada tahun 1560 dari Filipina. Selain rasanya yang lezat, beberapa manfaat dari mengkonsumsi coklat diantaranya adalah baik untuk kesehatan jantung, memperbaiki otot lebih cepat, meningkatkan kemampuan otak, membersihkan kulit, mengurangi nafsu makan berlebih, menurunkan tekanan darah, memperbaiki suasana hati, dan lainnya (Hartono, 2017). Pemerintah kabupaten Kulon Progo hingga saat ini sedang gencar mengembangkan kecamatan Kalibawang menjadi kampung kakao. Kualitas dari biji kakao yang dihasilkan merupakan kakao jenis lindak (bulk chocolate) dan termasuk ke dalam golongan B dan C (Sutarmi, 2014), yaitu golongan dengan kualitas medium.

Namun, kualitas coklat lebih banyak ditentukan oleh karakter sensori dari coklat tersebut. Karakter sensori ini dipengaruhi oleh perlakuan paska panen (fermentasi, pengeringan) dan ketika proses produksi (*roasting, refining, conching dan tempering*) (Afoakwa, 2016). Dengan demikian tidak hanya bergantung pada jenis biji kakao yang digunakan. Begitupun halnya dengan konsumen. Mereka cenderung untuk lebih memperhatikan karakter atau mutu sensori coklat dilihat dari tampilan (*appearance*), tekstur, rasa (*flavor*) dan aroma. Dari mutu sensori tersebut maka konsumen dapat menentukan preferensi mereka terhadap coklat-coklat yang dianggap memenuhi atau sesuai dengan keinginan. Sementara itu, untuk mengetahui mutu citarasa sebuah produk coklat maka diperlukan sebuah studi untuk mendapatkan profil sensori dari coklat tersebut. Profil sensori diperlukan juga dalam pengembangan suatu produk. Oleh karena itu dalam menentukan profil sensori dari sebuah produk dilakukan oleh panelis terlatih untuk menjamin akurasi, sensibilitas dan konsistensi dari produk yang diujikan. Dengan adanya profil sensori, makan dapat ditentukan atau diukur mengenai mutu sensori dari produk yang ingin diketahui.

Dari studi literature diketahui bahwa belum ada penelitian yang mendeskripsikan profil sensori dari produk coklat hasil produksi KWT Pawon Gendhis baik produk coklat dasar maupun produk coklat pegagan yang merupakan salah satu coklat andalan KWT Pawon Gendhis yang terletak di kecamatan Kalibawang, kabupaten Kulon Progo. Studi yang telah dilaksanakan

sebelumnya berupa studi komparasi karakteristik sensori produk cokelat yang mengalami proses pengeringan yang berbeda dengan lokus kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo (Rahmadewi & Darmadji, 2019). Kemudian, penelitian mengenai sensori profil cokelat hitam (*dark chocolate*) dan cokelat susu (*milk chocolate*) dengan penambahan *nanoencapsulated carotenoid spirulina plantesis* untuk meningkatkan nilai beta karoten sebagai bagian dari fortifikasi (Hamdan, et al., 2020). Selain itu, ada juga studi mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap growol (makanan tradisional khas Kulon Progo) yang ditambahkan dengan cokelat (Kanetro, 2018).

Dengan demikian, untuk meningkatkan kualitas produk cokelat dari Pawon Gendhis agar mampu bersaing dengan kompetitif sebagai salah satu ikon kuliner khas kabupaten Kulon Progo, maka penelitian ini bermaksud untuk mempelajari profil sensori dari cokelat dasar yaitu 80% *dark chocolate* dan cokelat pegagan sehingga dapat ditentukan mutu sensorinya. Kedua coklat tersebut akan dibandingkan dengan cokelat Monggo yang berasal dari Yogyakarta dan cokelat Delicacao yang berasal dari Bali. Selain mutu sensori, penelitian ini juga bermaksud untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap coklat WonDis dibandingkan dengan coklat komersial. Dari tujuan penelitian yang dimaksud, diharapkan dapat memunculkan potensi diversifikasi yang akan berdampak kepada meningkatnya jumlah produksi kakao local, sehingga perekonomian masyarakat pun berkembang. Dengan adanya diversifikasi produk yang tepat, maka kekayaan kuliner kabupaten Kulon Progo akan bertambah, untuk memperkuat posisi kabupaten Kulon Progo sebagai salah satu kawasan penyangga destinasi superprioritas Candi Borobudur.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengaplikasikan metode *Quantitative Descriptive Analysis* (QDA) yaitu salah satu metode penelitian yang banyak digunakan dalam pengembangan produk baru. Metode QDA merupakan metode yang akurat dalam memprofilkan sensori produk (Albert et al, 2011). Lebih lanjut lagi, salah satu jenis metode yang digunakan dalam QDA adalah metode *Modified Free Choice Profiling* (Liu et al, 2018; Hunaefi et al, 2019). Pada metode ini, setiap panelis akan menghasilkan profil sensori produk secara individu dengan menggunakan skala yang telah didiskusikan sebelumnya, tanpa perlu mendeskripsikan istilah sensori tersebut. Panel yang dibutuhkan dalam metode ini adalah panelis semi terlatih, dimana proses seleksi, diskusi dan latihan dilakukan dalam beberapa sesi untuk menghasilkan atribut sensori yang dibutuhkan (Albert et al, 2011).

Panelis yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah panelis semi terlatih yang direkrut berdasarkan kesediaan mereka dan komitmen untuk berpartisipasi sebanyak 20 orang (Liu et al, 2018). Panelis-panelis tersebut adalah panelis yang telah melewati beberapa tahapan seleksi meliputi wawancara, latar belakang pendidikan, pengalaman, pengetahuan akan wawasan serta kosa kata yang luas dalam bidang sensori terutama dalam bidang patiseri, dan seleksi *triangulasi test* untuk menguji calon panelis dalam membedakan aroma, rasa, dan tekstur. Para panelis kemudian melakukan *focus group discussion* untuk menentukan atribut-atribut sensori yang disepakati dalam penilaian profil coklat yang diujikan. Setelah itu, panelis memberikan penilaian dengan menggunakan skala garis panjang dan diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS yg dilanjutkan dengan uji ANOVA dan *Duncan test* untuk melihat perbedaan signifikan dalam masing-masing aspek sensori. Data yang diperoleh dari hasil uji ini kemudian akan dihitung rata-ratanya dan kemudian disajikan dalam diagram jaring (*spider web*) agar lebih tampak perbedaan antara produknya.

Jumlah sampel yang diuji ada 4, yaitu dua macam coklat dari WonDis dan dua macam coklat dari produsen yang berbeda, merupakan coklat-coklat yang komersial dan telah dikenal oleh

masyarakat luas. Produk coklat yang akan diuji adalah *dark chocolate 80%* dan coklat pegagan dari KWT WonDis, sedangkan dua sampel pembandingan yang digunakan *dark chocolate 77%* yang diproduksi oleh produsen coklat Monggo dan Bali *dark chocolate 80%* yang diproduksi oleh produsen coklat Delicacao

Selain melakukan teknik uji sensori untuk memperoleh profil produk, akan dilakukan juga wawancara semi terstruktur (*semi-structured in-depth-interview*) secara mendalam kepada panelis ahli agar penulis mendapatkan sudut pandang yang berbeda dari pihak lain yang mempunyai kompetensi di dalam bidang pengolahan coklat. *Semi-structured in-depth-interview* adalah sebuah percakapan dimana dua pihak mendiskusikan sebuah topik yang sama dalam situasi yang semi formal, terbuka dan jujur (Mason, 1998 dalam Morris, 2015). Narasumber dalam wawancara ini adalah seorang *pastry chef* dan seorang *executive chef*. Metode ketiga yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji hedonik kepada para panelis konsumen yang tidak terlatih, sejumlah 40 orang. Panelis konsumen diminta untuk mengutarakan pendapatnya mengenai kesukaan panelis terhadap kedua produk eksperimen dan kedua produk pembandingan. Panelis diharapkan sudah memiliki pengalaman dalam mengkonsumsi coklat lokal karena Garut pun terkenal sebagai penghasil coklat lokal yang cukup berhasil.

Uji hedonik ini sedianya akan dilaksanakan di lingkungan sekitar produsen coklat Wondis, namun karena kebijakan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang merubah lokus menjadi di Jawa Barat, maka panelis konsumen dipilih di lokasi di Jawa Barat yang juga menghasilkan coklat lokal, yaitu Garut. Keterbatasan jumlah panelis dikarenakan menurunnya jumlah wisatawan di Garut cukup menjadi kendala.

C. HASIL DAN ANALISIS

Dalam penelitian ini terdapat dua produk uji yaitu P1 yang merupakan *dark chocolate 80%* dan P2 yang merupakan coklat pegagan. Kedua produk uji tersebut merupakan hasil produksi produsen coklat KWT Wondis. Sedangkan P3 dan P4 merupakan produk pembandingan. P3 adalah *dark chocolate 77%* yang diproduksi oleh produsen coklat Monggo. Sedangkan P4 merupakan *dark chocolate 80%* yang diproduksi oleh produsen coklat Delicacao. Berdasarkan hasil *focus group discussion* ada 16 aspek sensori yang disepakati yaitu aspek-aspek sensori yang dianggap ada dan harus ada pada sampel-sampel yang diujikan. Kemudian, hasil penghitungan data-data yang didapat dari panelis semi terlatih dengan Anova dan *Post Hoc Duncan*, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Hasil Uji Anova dan Post Hoc Duncan (N=20)

Atribut Sensori	P1	P2	P3	P4	Sig.
Gloss	8.8 (4.08)b	6.6 (2.1)a	8.6 (2.5)b	4.9 (2.7)a	0.000
Intensity of Colour	9.3 (3.4)b	7.0 (2.2)a	9.5 (3.1)b	6.1 (2.6)a	0.000
Chocolate Aroma	8.3 (2.7)b	5.2 (1.8)a	10.2 (2.8)c	7.4 (2.5)b	0.000
Sweet Aroma	5.1 (2.7)a	9.7 (3.5)b	7.0 (3.2)a	7.0 (2.8)a	0.000

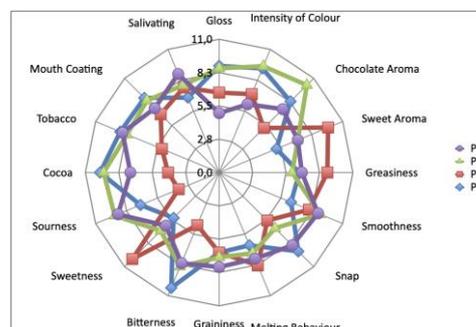
<i>Greasiness</i>	6.6 (2.7)a	8.9 (3.5)b	6.0 (3.1)a	6.8 (2.3)a	0.014
<i>Smoothness</i>	6.4 (3.3)a	8.0 (3.7)ab	9.0 (2.4)b	8.8 (2.4)b	0.033
<i>Snap</i>	9.2 (3.0)b	5.6 (3.6)a	6.5 (2.8)a	8.5 (2.9)b	0.001
<i>Melting Behaviour</i>	6.5 (3.2)a	8.3 (4.3)a	7.2 (2.3)a	7.7 (2.9)a	0.348
<i>Graininess</i>	6.6 (2.7)a	6.6 (3.7)a	7.0 (2.5)a	7.8 (3.8)a	0.603
<i>Bitterness</i>	10.3 (3.6)c	4.7 (3.6)a	8.4 (3.1)bc	8.1 (3.0)b	0.000
<i>Sweetness</i>	5.3 (4.2)a	10.1 (3.5)b	6.8 (2.8)a	6.2 (3.4)a	0.000
<i>Sourness</i>	7.0 (3.7)b	3.6 (2.6)a	9.3 (2.3)c	9.0 (3.1)c	0.000
<i>Cocoa</i>	9.8 (3.2)c	4.2 (2.2)a	9.5 (2.3)c	7.3 (3.0)b	0.000
<i>Tobacco</i>	8.8 (3.8)b	5.1 (3.5)a	8.2 (2.9)b	8.6 (3.0)b	0.002
<i>Mouth Coating</i>	8.7 (3.3)a	6.8 (4.0)a	8.4 (2.2)a	7.5 (2.9)a	0.245
<i>Salivating</i>	6.7 (3.0)a	7.6 (4.2)a	7.8 (2.2)a	8.8 (3.1)a	0.230

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Dari tabel tersebut diketahui bahwa ada 12 aspek sensori yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat diartikan bahwa aspek-aspek tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dalam setiap sampel yang diujikan. Aspek-aspek tersebut adalah *gloss, intensity of colour, chocolate aroma, sweet aroma, greasiness, smoothness, snap, bitterness, sweetness, sourness, cocoa* dan *tobacco*. Sedangkan untuk *melting behavior, graininess, mouth*

coating dan *salivating* nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga dapat diartikan bahwa keempat aspek sensori ini masing-masing antara P1, P2, P3, dan P4 tidak berbeda signifikan. Untuk memudahkan membandingkan antara produk P1, P2, P3, dan P4 maka data dari *mean* hasil uji panelis disajikan dalam bentuk *radar chart* agar dapat dilihat keseluruhan profil atribut sensorinya. Produk P1 diberi garis berwarna biru, P2 diberi garis berwarna merah, P3 diberi garis berwarna hijau dan P4 diberi garis berwarna ungu. Gambar berikut adalah *radar chart* profil sensori produk P1 hingga P4:

Gambar 1
Radar Chart Profil Sensori P1, P2, P3 dan P4



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Gambar di atas menyajikan radar chart yang menampilkan perbandingan nilai rata-rata antara produk P1, P2 yang merupakan produk uji serta P3 dan P4 yang merupakan produk pembanding. Pada radar chart tersebut terlihat pola yang berbeda antara produk P1, P2, P3 dan P4. Untuk aspek *sourness*, *cocoa*, *tobacco* dan *bitterness* terlihat jelas sekali perbedaan antar P2 yang berada cenderung dititik tengah dengan P1, P3 dan P4 yang cenderung di area terluar dari *spider web*. Sehingga dapat disimpulkan P2 memiliki tingkat *sourness*, *cocoa*, *tobacco* dan *bitterness* yang paling rendah, jika dibandingkan dengan ketiga produk lainnya. Namun justru terbalik untuk aspek *sweetness*, P2 yang berada cenderung dititik luar dengan P1, P3 dan P4 yang cenderung di bagian tengah dari *spider web*. Sehingga dapat disimpulkan P2 memiliki tingkat *sweetness* yang paling kuat, jika dibandingkan dengan ketiga produk lainnya yang memiliki tingkat *sweetness* yang ringan. Untuk aspek *graininess*, *mouth coating*, *salivating*, *smoothness* dan *melting behaviour* P1 hingga P4 cenderung berada pada posisi yang berdekatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk aspek *graininess*, *mouth coating*, *salivating*, *smoothness* dan *melting behaviour* memiliki rasa yang tidak jauh berbeda. Untuk aspek *gloss*, *intensity of colour*, *chocolate aroma* dan *snap* P1 hingga P4 menyebar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk aspek *gloss*, *intensity of colour*, *chocolate aroma* dan *snap* memiliki hasil yang berbeda-beda. Untuk aspek *greasiness*, P1, P3 dan P4 berada berdekatan, sedangkan P2 berada sendiri agak berjauhan dengan yang lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk aspek *greasiness* memiliki rasa yang tidak jauh berbeda untuk P1, P3 dan P4, namun P2 memiliki tingkat *greasiness* yang tinggi.

Tabel 2

Duncan^{a,b}

SAMPLE	N	Subset	
		1	2
P4	40	5.6000	
P1	40	6.0000	
P3	40	6.4000	
P2	40		7.2500
Sig.		.077	1.000

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Lebih lanjut lagi, tabel 2 menunjukkan hasil uji hedonik dengan menggunakan Anova dan dilanjutkan dengan uji Post Hoc Duncan. Produk P2 menunjukkan skala yang paling tinggi yaitu 7.25, sehingga dapat disimpulkan bahwa panelis menyukai produk P2. Produk P1 dengan skala 6.0 dan produk P3 dengan skala 6.4, keduanya sama-sama agak disukai oleh panelis. Sedangkan produk P4 yang memiliki skala 5.6 dianggap netral/biasa oleh panelis. Dapat disimpulkan bahwa panelis nyata lebih menyukai produk P2 dibandingkan dengan produk P1, P3 dan P4. Produk P1, P3 dan P4. Sedangkan diantara produk P1, P3 dan P4 memiliki rasa yang tidak berbeda nyata.

Sementara itu, dari hasil wawancara semi terstruktur dengan dua orang panelis ahli diketahui bahwa kedua panelis sama-sama pernah mengkonsumsi coklat produksi UMKM namun belum pernah mengolahnya. Dari segi penampilan P3 memiliki penampilan paling baik karena paling *glossy* dan memiliki emblem pada coklatnya. Sedangkan untuk aroma P4 memiliki aroma *tobacco* sedangkan P1 memiliki aroma yang kuat. Tekstur dari P2 paling enak namun cenderung agak kasar. Rasa yang paling baik terdapat pada P2 karena memiliki rasa yang manis. Keunggulan dari P1 yaitu

memiliki tekstur yang halus dan aroma yang wangi. Keunggulan dari P2 memiliki rasa manis yang umum ada di pasaran serta memiliki tekstur yang baik. Keunggulan dari P3 yaitu memiliki penampilan dan kemasan yang baik serta *chocolate aroma* yang kuat. Keunggulan dari P4 memiliki aroma dan *snap* yang baik serta mudah untuk diolah kembali karena memiliki bentuk yang tipis. Coklat yang mudah untuk diolah kembali adalah P1 dan P4. Produk yang cocok untuk olahan coklat yaitu olahan makanan dan minuman, isian dan saus. Saran untuk P1 yaitu diperlukan penambahan rasa manis dan isian.

Berdasarkan hasil analisis, produk P2 atau produk coklat pegagan WonDis merupakan produk yang paling disukai. Sesuai dengan wawancara dengan para narasumber, P2 disukai karena memiliki rasa yang paling baik. Secara profil, produk P2 merupakan produk coklat paling manis sehingga merupakan rasa yang sudah awam ada dipasaran dan tentunya disukai oleh masyarakat. Produk P1, P3 dan P4 memiliki rasa yang pahit yang mengakibatkan kurang disukai oleh masyarakat. Selain itu P2 memiliki tekstur yang paling baik jika dibandingkan dengan produk lainnya sehingga aspek tekstur juga yang tentunya menyebabkan P2 paling disukai masyarakat. P2 juga disukai oleh masyarakat karena memiliki tingkat *sourness*, *cocoa*, *tobacco* dan *bitterness* yang paling rendah jika dibandingkan dengan ketiga produk lainnya, hal ini dapat dilihat pada *spider web*. Tingkat *sweet aroma* dan *greasiness* P2 juga lebih tinggi jika dibandingkan dengan produk lainnya sehingga hal tersebut juga disukai oleh masyarakat. Namun untuk aspek-aspek *melting behavior*, *mouth coating* dan *salivating* tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen dikarenakan kesemua produk berada pada subset yang sama sehingga semua produk tidak berbeda.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa produk P2 atau coklat pegagan WonDis memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan P1, P3 dan P4 untuk aspek *sweet aroma*, *greasiness*, *sweetness* dan *tobacco*. P2 memiliki *sweet aroma*, *greasiness* dan *sweetness* paling tinggi namun untuk aspek *tobacco* paling rendah. Keempat produk memiliki tingkat *melting behavior*, *greasiness*, *mouth coating* dan *salivating* yang sama. Untuk aspek *gloss* dan *intensity of colour* produk P1 atau 80% *dark chocolate* WonDis serupa dengan P3 yaitu 77% *dark chocolate* Monggo, sedangkan P2 atau coklat pegagan serupa dengan P4 atau 80% *dark chocolate* Delicacao. Untuk aspek *chocolate aroma*, *snap*, *bitterness*, *sourness* dan *cocoa* P2 memiliki nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan tiga produk lainnya.

Coklat yang menjadi preferensi konsumen adalah coklat P2 yaitu coklat Wondis Pegagan yang memiliki *sweetness* dan tekstur yang baik. *Sweet aroma* dan *greasiness* P2 juga disukai oleh masyarakat. Rasa dari P1, P3 dan P4 tidak disukai oleh masyarakat karena memiliki rasa yang pahit.

Berkenaan dengan kualitas produk dan aspek sensori tersebut maka saran yang dapat dikemukakan adalah Produk P1, P3 dan P4 perlu diberikan rasa manis agar disukai oleh masyarakat. Meskipun demikian produk coklat yang cocok untuk diolah kembali adalah produk P1 dan P4. Dengan demikian kualitas 80% *dark chocolate* WonDis mampu bersaing dengan 80% *dark chocolate* Delicacao yang telah lebih dahulu ada di pasar komersial dan telah diterima oleh masyarakat dengan baik. Produk yang cocok untuk dijadikan olahan dari coklat tersebut adalah produk olahan makanan dan minuman, isian makanan, topping makanan, coating makanan serta saus. Produk P2 atau coklat pegagan memiliki bentuk yang kurang rapih sehingga bentuk produk P2 perlu diperbaiki untuk menghasilkan tampilan yang lebih menarik, karena dari segi *sweetness*, tekstur, *sweet aroma* dan *greasiness* sudah dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa coklat WonDis sebagai coklat lokal khas Kabupaten Kulon Progo memiliki potensi untuk dapat bersaing dengan coklat-coklat lokal lainnya yang telah lebih dulu dikenal oleh masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Afoakwa, E.O. (2016). *Chocolate, Science and Technology, Second Edition*. Willey Blackwell
- Albert, A., Varela, P., Salvador, A., Hough, G., Fiszman, S. (2011). Overcoming the Issues in the Sensory Description of Hot Served Food with a Complex Texture: Application of QDA, Flash Profiling and Projective Mapping Using Panels with Different Degrees of Training, *Food Quality and Preference*, 22(5), 463-473.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329311000437>
- Hamdan, A.B., Riady, C., Fitriya, W., Ekantri, N. (2020). Effects of Nanoencapsulated Carotenoid of Spirulina Plantesis on the Sensory Profiles of Dark and Milk Chocolate. *E3S Web Of Conferences*, 147(03022) <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014703022>
- Hartono, D. A. (2017). *Mengapa Coklat Disebut Sebagai Penghilang Stress?*. Tribunnews.com. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/tribunners/2017/03/04/mengapa-cokelat-disebut-sebagai-penghilang-stres>
- Huanefi, D., Kahirunnisa, W., Sholehuddin, Z., Adawiyah, D. (2019). Sensory Profile of Commercial Coffee Products Using QDA (Quantitative Descriptive Analysis), Flash Profiling, and CATA (Check All-That-Apply) Methods. In *Proceeding of the 2nd SEAFast International Seminar (2nd SIS 2019)-Facing Future Challenges: Sustainable Food Safety, Quality and Nutrition*, 20-30. <https://www.scitepress.org/Papers/2019/99775/99775.pdf>
- Kanetro, B. (2018). *Pengaruh Variasi Ketebalan dan Penambahan Cokelat terhadap Sifat Fisik, Kimia dan Tingkat Kesukaan Jenis Growol (Original dan Manis)*. Thesis. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana
- Kusmargana, J. H. (2019). *Kulon Progo Kembangkan Tiga Komoditas Hortikultura*. Cendananews.com. Retrieved from <https://www.cendananews.com/2019/04/kulon-progo-kembangkan-tiga-komoditas-hortikultura.html>
- Liu, J., Bredie, W.L.P., Sherman, E., Harbetson, J.F., Heymann, H. (2018). Comparison of Rapid Descriptive Sensory Methodologies: Free-Choice Profiling, Flash Profile dan Modified Flash Profile. *Food Research International*, 106, 892-900. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29580001/>
- Medcom.id. (2019). *Industri Kuliner Bisa jadi Wisata baru Kulon Progo*. Retrieved from <https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/0Kv92Alk-industri-kuliner-bisa-jadi-wisata-baru-kulon-progo>
- Morris, A. (2015). *A Practical Introduction to In-Depth-Interviewing*. Sage
- Puspa, A. W. (2021). *Satu Lagi, Bandara Baru yang Sepi Usai Diresmikan Jokowi*. Ekonomi.bisnis.com. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211205/98/1473958/satu-lagi-bandara-baru-yang-sepi-usai-diresmikan-jokowi>
- Rahmadewi, Y. M., Darmadji, D., (2016). Evaluasi Sensoris Coklat Batang dari Biji Kakao Rakyat dengan Kondisi Fermentasi dan Pengeringan yang Berbeda. *Jurnal Dunia Gizi*, 2(1), 56-62.
https://www.researchgate.net/publication/335621785_Evaluasi_Sensoris_Coklat_Batang_dari_Biji_Kakao_Rakyat_dengan_Kondisi_Fermentasi_dan_Pengeringan_yang_Berbeda
- Sutarmi, (2014). *Kulon Progo Kembangkan "OVOP" Coklat Kalibawang*. Antaranews. Retrieved from <https://jogja.antaranews.com/berita/328117/kulon-progo-kembangkan-ovop-cokelat-kalibawang>
- Utomo, H. (2019). *Coklat Sehat ala KWT Pawon Gendhis Kulon Progo*. Radarjogja. Retrieved from <https://radarjogja.jawapos.com/2019/02/16/cokelat-sehat-ala-kwt-pawon-Gendhis-kulonprogo/>